



**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL
MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN
PUBLICITARIA**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA MELAOS FOOD,
BOGOTÁ 2015**

**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

**AUTOR: Leonardo Nieto Fonseca; DNI: 94772966
Email: leonardonietofonseca@gmail.com; Skype: leo.nieto
TUTOR DE TESIS: Camilo Andrés Villamizar Lizcano; C.C: 80030500**

Buenos Aires, 20 Marzo de 2015



**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL
MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN
PUBLICITARIA**



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA MELAOS FOOD

**Trabajo especial de Grado presentado para optar por el título de Magister en
Comercialización y Comunicación Publicitaria en la maestría de
Comercialización y Comunicación Publicitaria.**

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

**AUTOR: Leonardo Nieto Fonseca; DNI: 94772966
Email: leonardonietofonseca@gmail.com; Skype: leo.nieto
TUTOR DE TESIS: Camilo Andrés Villamizar Lizcano; C.C: 80030500**

Buenos Aires, 20 de Marzo 2015

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR



Buenos Aires, Septiembre 12 de 2013

Facultad De La Educación Y De La Comunicación Social

Maestría En Comercialización Y Comunicación Publicitaria

COMITÉ ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE POSGRADOS EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Por medio de esta carta quiero informar que he aceptado asesorar al alumno Leonardo Nieto Fonseca, DNI 94772966, inscrito en la Maestría en Comercialización y Comunicación Publicitaria, en su tesis escrita titulada: "Plan de negocios para la empresa Melaos Food" correspondiente a la opción de Magister en Comercialización y Comunicación Publicitaria.

Cordial Saludo.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Firma

Nombre: Camilo Andrés Villamizar Lizcano

C.C. 88030500 de Pamplona

ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR



ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutor del trabajo de investigación presentado por el alumno **LEONARDO NIETO FONSECA** titular del DNI Argentino N° 94772966, y que lleva por título “Plan de negocios para la empresa Melaos Food” para optar por el título de **MAGISTER EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**, hago constar que el mencionado trabajo reúne los requisitos exigidos por la Universidad del Salvador para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de la comisión que al respecto sea designada por la Dirección de Postgrado.

En la ciudad de Bogotá a los 03 días de Marzo de 2015.

Atentamente,

Una firma manuscrita en tinta negra, que parece ser 'Camilo Andrés Villamizar Lizcano', escrita sobre una línea horizontal.

Firma

Nombre: Camilo Andrés Villamizar Lizcano

C.C. 88030500 de Pamplona

DEDICATORIA

A mí mismo.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que colaboraron con la creación de esta idea y creyeron en el proyecto desde su inicio. A la universidad y a los maestros que hicieron parte de mi formación, dándome los conocimientos necesarios en marketing y publicidad, para que hoy día sea posible realizar este proyecto.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE GENERAL

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iii
ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
LISTA DE CUADROS	xi
LISTA DE TABLAS	xii
LISTA DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN/ABSTRAC	xvi
1. INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1. El Problema de la Investigación	3
2. Objetivos	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
3. Justificación	5
CAPITULO II	6
MARCO REFERENCIAL	6
1. Antecedentes	6
Desarrollo Del Proyecto	7
1. Contexto del Mercado.....	7
a. Contexto social y demográfico	7
b. Contexto Político y Legal	10
c. Contexto Tecnológico	12
2. Análisis del sector de la repostería en Colombia	13
3. Análisis de Competencia.....	19
a. Principales “Players”.....	19
• MYRIAM CAMHI	20

•	OMA: CAFÉ RESTAURANTE	21
•	DELI	23
•	CASCABEL	24
•	FESTYTORTAS	26
•	MAITÉ	28
•	NICOLUKAS	29
•	SANTA ELENA	30
•	JUAN VALDEZ CAFÉ	31
b.	Aspectos generales	33
4.	Empresa Y Caracterización De La Empresa	34
a.	Definición de la marca	34
b.	Principales servicios, productos y mercados atendidos	34
c.	Caracterización del producto	35
d.	Misión, Visión y Valores y Principios de la Empresa	35
e.	Logo-símbolo y Logotipo	37
•	Colores Utilizados	37
f.	Historia de la compañía	37
g.	Historia del Producto	38
i.	Organigrama de la Empresa	40
j.	Estructura Administrativa	40
5.	Análisis del Mercado Meta	41
•	Público objetivo primario: Todas las microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas o grandes empresas ubicadas en el sector de La Soledad, y de igual forma sus empleados.	42
•	Público objetivo secundario: Todos los residentes permanentes del sector, personas que tiene su apartamento o casa en la zona, los transeúntes del sector, personas que van esporádicamente a realizar algún tipo de trámite, y estudiantes universitarios.	42
b.	Estacionalidad de las ventas en la pastelería	42
6.	Marketing Mix	44
a.	Producto:	44
b.	Plaza:	45
c.	Precio	48
d.	Servicio al cliente	50
e.	Promoción	50
7.	Análisis de las 4CS	54
a.	Compañía	54

b. Clima Organizacional.....	55
c. Clientes	55
d. Competencia	55
e. Productos Sustitutos.....	56
f. Matriz FODA	56
8. Estrategias de Mercado	57
a. Objetivos de venta.....	57
b. Objetivos de mercadeo a corto plazo	57
c. Objetivos de mercadeo a mediano plazo	58
d. Objetivos de mercadeo a largo plazo	58
9. Objetivos, estrategias y posicionamiento.....	58
a. Estrategia de captación y segmentación de clientes.....	58
b. Estrategia de Crecimiento: Desarrollo de Productos	59
c. Estrategia Competitiva: Diferenciación	61
d. Posicionamiento:	62
10. Indicadores de gestión:	62
CAPITULO III.....	63
METODOLOGÍA	63
1. Diseño y tipo de investigación.....	63
a. Diseño de la investigación	63
b. Tipo de investigación	64
c. Unidad de análisis.....	64
2. Población y muestra.....	65
3. Instrumento de recolección de datos: estrategia metodológica.....	66
4. Factibilidad de la investigación y consideraciones éticas	67
b. Consideraciones Éticas	68
5. Procedimiento	68
CAPITULO IV	70
PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	70
1. Análisis de resultados.....	70
2. Discusión de los resultados	90
CAPITULO V.....	93
PLAN DE OPERACIONES.....	93
1. Ubicación del punto de venta.....	93
2. Tamaño ideal del local	94
3. Caracterización de los productos.....	95

4. Proceso de producción:	95
5. Descripción de los procesos de producción:	96
6. Costos de Producción de los productos	108
7. Distribuidores de insumos y materias primas	109
8. Estudio Económico y Financiero	110
9. Inversión Inicial	111
10. Fuentes de financiación	119
Modelo de distribución de ganancias	120
11. Barreras de entrada y barreras de salida	121
12. Proyección de ventas, egresos y resultados	122
CAPITULO VI	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
CAPITULO VII	131
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
ANEXOS	135
ANEXO A.....	136
ANEXO B	136
ANEXO C	137
ANEXO D	138

LISTA DE CUADROS

Cuadro N°1: Clasificación de empresas.....	10
Cuadro N°2: Leyes Vigentes.....	11
Cuadro N° 3: Competencia Myriam Camhi.....	20
Cuadro N° 4: Competencia Café Oma.....	21
Cuadro N°5: Competencia Deli.....	23
Cuadro N°6: Competencia Cascabel.....	24
Cuadro N° 7: Competencia FestytortaS.....	26
Cuadro N° 8: Competencia Maité.....	28
Cuadro N°9: Competencia Nicolukas.....	29
Cuadro N° 10: Competencia Santa Elena.....	30
Cuadro N° 11: Competencia Juan Valdez.....	31
Cuadro N° 12: Matriz FODA.....	55

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1 Precios comparativos entre competencia directa y Melaos Food.....	48
Tabla N° 2: Estrategia de Promoción 1.....	51
Tabla N° 3: Estrategia de Promoción 2.....	52
Tabla N° 4: Estrategia de Promoción 3.....	53
Tabla N° 5: Galletas Polvorosas.....	96
Tabla N° 6: Galletas Chips de chocolate.....	96
Tabla N° 7: Galleta de Vainilla.....	97
Tabla N°8: Alfajores.....	97
Tabla N° 9: Mouse de Maracuyá.....	98
Tabla N° 10: Pie.....	98
Tabla N° 11: Torta decorada con fondant.....	99
Tabla N° 12: Cupcake Vainilla relleno de arequipe o chocolate.....	99
Tabla N° 13: Cupcake Chocolate con chips de chocolate.....	100
Tabla N° 14: Cupcake Red Velvet.....	100
Tabla N° 15: Cupcake Lemon Pie.....	101
Tabla N° 16: Cupcake Maracuyá con mermelada de durazno.....	102
Tabla N° 17: Cupcake Zanahoria.....	102
Tabla N° 18: Cupcake Snickers.....	103
Tabla N° 19: Cake Soufle de Chocolate Blanco y almendra.....	103
Tabla N° 20: Cake Mochaccino en taza.....	104
Tabla N° 21: Cake Oreo.....	105
Tabla N° 22: Cake Chocolate con relleno de ganache de	

chocolate y Baileys.....	105
Tabla N° 23: Café.....	106
Tabla N° 24: Cappuccino.....	106
Tabla N° 25: Licuado de fruta.....	106
Tabla N° 26: Agua saborizadas.....	107
Tabla N° 27: Productos.....	107
Tabla N° 28: Proveedores.....	109
Tabla N° 29: Herramientas necesarias para realizar los productos que serán vendidos.....	110
Tabla N° 30: Utensilios para punto de venta.....	114
Tabla N° 31: Decoración punto de venta.....	115
Tabla N° 32: Materias primas iniciales para preparación de Productos.....	116
Tabla N° 33: Publicidad.....	117
Tabla N° 34: Gastos legales de marca.....	118
Tabla N° 35: Gastos operativos primer mes.....	118
Tabla N° 36: Resumen de gastos de inversión inicial.....	118
Tabla N° 37: Barreras de entrada y salida.....	120
Tabla N° 38: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 1.....	121
Tabla N° 39: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 2.....	122
Tabla N° 40: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 3.....	123
Tabla N° 41: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 4.....	124
Tabla N° 42: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 5.....	125
Tabla N° 43: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 6.....	126
Tabla N° 44: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 7.....	127

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1: Mapa de la ciudad de Bogotá.....	41
Figura N° 2: Mesa de exhibición de los productos.....	45
Figura N° 3: Soportes de pared para utensilios como platos, cubiertos, tazas.....	45
Figura N° 4: Exhibidor de productos y de utensilios de cocina como moldes de repostería	46
Figura N° 5: Soporte para utensilios de cocina y materiales de decoración de productos.....	46
Figura N° 6: Tablero que servirá como menú de productos.....	47
Figura N° 7: Matriz de Ansoff.....	58

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Lugar de Residencia	70
Gráfico N°2: Consumo de productos de Panadería/ Pastelería.....	70
Gráfico N° 3: Edad de los encuestados	71
Gráfico N° 4: Género de los encuestados	72
Gráfico N° 5: Nivel de estudios	72
Gráfico N° 6: Estrato Social	73
Gráfico N° 7: Nivel de importancia a la hora de comprar un producto	74
Gráfico N° 8: Impacto de la competencia en el mercado	75
Gráfico N° 9: Frecuencia de visita a la marca	76
Gráfico N° 10: Razones de visita a locales comerciales	77
Gráfico N° 11: Tipo de productos preferidos	78
Gráfico N° 12: Opciones bajas en azúcar	79
Gráfico N° 13: Opciones con ingredientes saludables	80
Gráfico N° 14: Le gustaría consumir opciones saludables	81
Gráfico N° 15: Preparación de los productos	82
Gráfico N° 16: Conocer la preparación de los productos	83
Gráfico N° 17: Proximidad al lugar de trabajo	84
Gráfico N° 18: Conocer la existencia de la marca	85
Gráfico N° 19: Promoción de la competencia	86
Gráfico N° 20: Seguidores en redes sociales de las marcas	87
Gráfico N° 21: Motivaciones a seguir la marca en Redes Sociales	88
Gráfico N° 22: Dinero gastado en cada visita	89